

PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA GADING ASRI COTTAGE & RESTO

DIDIK PIANTO

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211200801644@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan, dibandingkan dengan harapan. Puas tidaknya konsumen diketahui setelah melakukan transaksi, tergantung pada kinerja tawaran dalam pemenuhan harapan konsumen. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumenn amat puas atau senang. Banyak faktor dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti bauran pemasaran dan kualitas pelayanan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengunjungi Gading Asri Cottage & Resto, Kecamatan Boja “ Kabupaten Kendal, Jawa Tengah yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel yang dipilih sebanyak 100 konsumen. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa : 1) Bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 2). Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 3). Bauran pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

EFFECT OF MARKETING MIX AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN GADING ASRI COTTAGE & RESTO

DIDIK PIANTO

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang
URL : <http://dinus.ac.id/>
Email : 211200801644@mhs.dinus.ac.id*

ABSTRACT

Consumer satisfaction is the degree of one's feelings after comparing the performance (results) are perceived, compared with expectations. Unknown whether consumers are satisfied after the transaction, depending on the performance of bids in compliance with consumer expectations. If the performance was below expectations, the customer is not satisfied. If performance meets the expectations of consumers satisfied. If performance exceeds expectations, consumers very satisfied or pleased. Many factors can affect customer satisfaction, such as marketing mix and quality of care. The purpose of this study was to analyze the influence of the marketing mix and service quality to customer satisfaction.

The population in this study is that consumers who visited Ivory Asri Cottage & Resto, District Boja - Kendal regency, Central Java, whose number is not known. Selected sample of 100 consumers. Methods of data collection using questionnaire and analysis technique used is multiple regression.

The results showed that: 1) The marketing mix positive and significant effect on customer satisfaction. 2). Quality of service and significant positive effect on customer satisfaction. 3). Marketing mix and service quality positive and significant impact on customer satisfaction.

Keyword : Keywords: Marketing Mix, Service Quality, Customer Satisfaction